



Ipsos Marketing

The Market Understanding and Measurement Specialists



EXPORT MALÝCH A STŘEDNÍCH FIREM

Závěrečná zpráva

Červen 2019

© 2019 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

GAME CHANGERS



Výzkumné pozadí

AMSP ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé České republiky. Kromě návrhů legislativy se zabývá také tématy jako je export, inovace, financování či vzdělávání.

Ve spolupráci se svými partnery AMSP ČR průběžně realizuje projekty cílené na aktuální otázky ve své oblasti působení, podporované výzkumy trhu.



Hlavním cílem výzkumu bylo **zmapovat export a exportní oblasti mezi malými a středními firmami, znalost a využívání CzechTrade a srovnat výsledky s předchozím rokem.**

Metodika



Metoda výzkumu

CATI telefonické dotazování



Cílová skupina

Malé a střední firmy od 5 do 250 zaměstnanců, které alespoň část výroby/služeb exportují



Velikost vzorku

400 podnikatelských subjektů



Výzkumný nástroj

Strukturovaný dotazník o délce cca 13 minut



Hlavní závěry

Hlavní závěry



97 % vývozců exportuje do zemí v rámci EU, zhruba třetina vyváží do Společenství nezávislých států, dalších asijských zemí či na Blízký Východ. Z hlediska objemu je nejvíce vyváženo do **Německa a na Slovensko**.



49 % firem exportuje do 6 zemí a více a nejčastěji plánují rozšířit export do **Německa a Polska**. Nejběžnější destinací, kde mají exportéři své zastoupení, je **Slovensko a Německo**. Nejvíce by jich ocenilo státní pomoc zejména v **Rusku a Německu**.



30 % vývozců využívá při podpoře vlastních exportních aktivit služeb banky a 29 % agentury CzechTrade. Za největší problém exportu jsou považovány **kurzy a kurzové riziko**, ale oproti předchozímu roku výrazně také ceny a cena dopravy.



95 % exportérů zná agenturu CzechTrade a 40 % z nich využívá jejich služeb. Za nejpřínosnější služby této agentury je považováno zajištění účasti na výstavách a veletrzích v zahraničí pod hlavičkou CzechTrade, ale také za finanční podpory z fondů EU (projekty NOVUMM a NOVUMM KET). Naopak nejčastějším důvodem, proč firmy služeb této agentury nevyužívají, je skutečnost, že si export řeší samy.



72 % firem od státu očekává zejména daňovou a administrativní podporu exportu a 62 % podporu formou obchodní politiky. Oficiální účast ČR na výstavách a veletrzích v zahraničí je nejznámějším nástrojem podpory exportu, kterou zprostředkovává Ministerstvo průmyslu a obchodu. Nejrozšířenějším informačním nástrojem týkajícím se exportu je **portál Businessinfo.cz, který zná 46 % exportérů**.

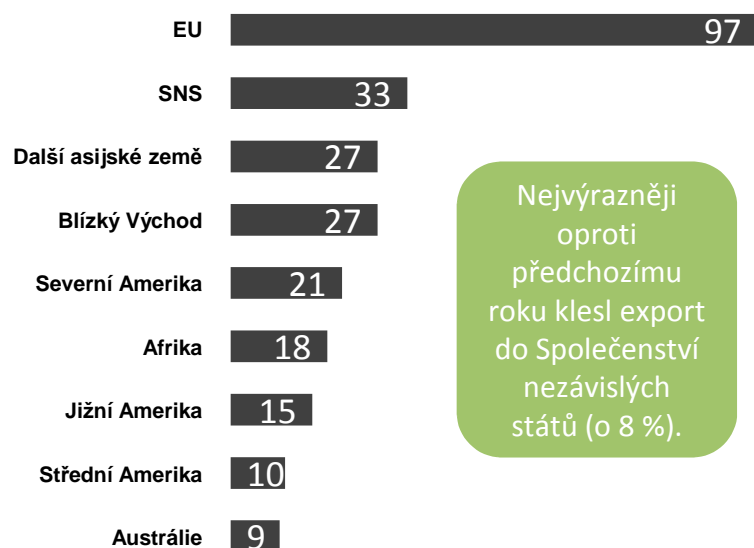


Export obecně

97 % vývozců exportuje zejména do zemí v rámci EU, zhruba třetina do SNS. Z hlediska objemu nejvíce do Německa a na Slovensko.

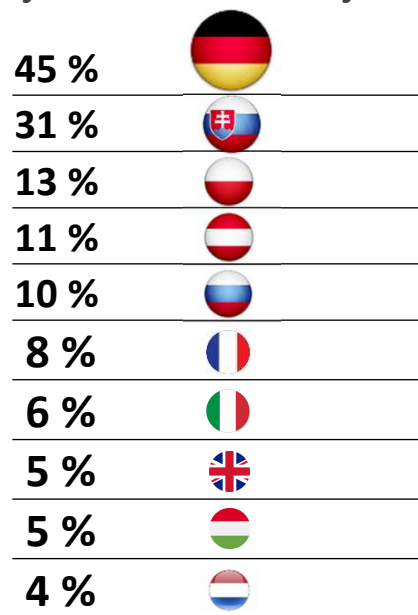


Oblasti exportu v %



Nejvýrazněji oproti předchozímu roku klesl export do Společenství nezávislých států (o 8 %).

Do těchto zemí exportují firmy nejvíce z hlediska objemu



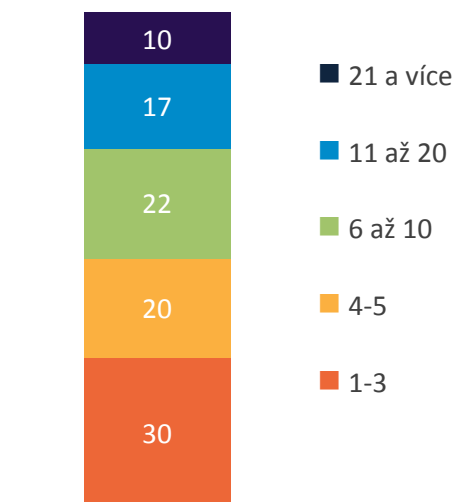
Komentář AMSP ČR:
 Stále zůstává dlouhodobý trend závislosti malých a středních firem na EU, který ještě posílil (tzn. EU zůstává meziročně, stejné, následující regiony z pohledu % však oslabily) zejména zajímavý je trend oslabení na trzích SNS.

Q4. Do jakých regionů exportujete? N=400
 Q5. Uveďte prosím, do jakých zemí vyvážíte nejvíce z hlediska objemu? N=400

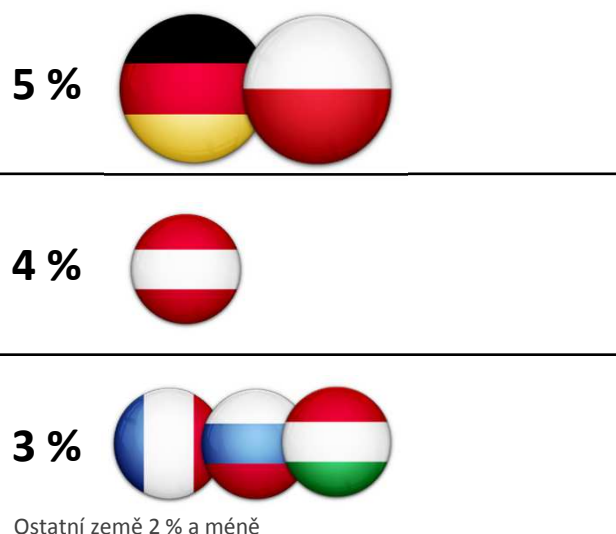


Zhruba polovina firem exportuje do 6 a více zemí. Nejčastěji plánují rozšířit export do Německa a Polska.

Do kolika zemí firmy exportují?
v %



Do kterých zemí plánují firmy rozšířit export?
v %



Zastoupení zemí, kam firmy plánují rozšířit export je velmi podobné jako loni, nejvíce stále do Německa.

Komentář AMSP ČR:
Jako pozitivní se jeví, že malé a střední podniky si uvědomují důležitost exportních aktivit. Dvě třetiny firem mají 4 a více exportních trhů a téměř třetina má trhů 11 a více. Zároveň se v plánech potvrzuje trend "závislosti" na exportních trzích EU: české MSP zajímá expanze do zemí EU.

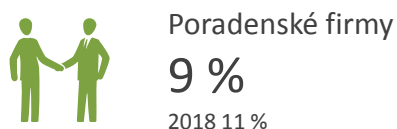
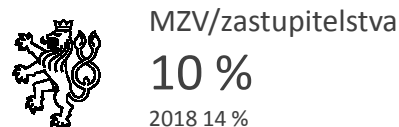
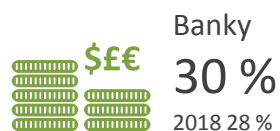
Q3. Do kolika zemí exportujete? N=400

Q6. Uveďte prosím konkrétní země, kam máte v plánu začít exportovat? N=400

Nejvíce firmy pro podporu exportu využívají vlastního pracovníka, dále banky a poté CzechTrade.



Podpora využitá pro export v %



Žádnou z uvedených forem podpory nevyužilo 11 %

Q2. Jakou formu pomoci jste využili při podpoře vašich exportních aktivit?
N=400

Komentář AMSP ČR:
Je zjevné, že malé a střední podniky řeší export zejména pomocí svých pracovníků, zároveň však téměř třetina firem využívá služby třetích stran. Hlavně jde o služby agentury CzechTrade a MPO. Zde je však určitě prostor ke “zlepšení” a většímu využívání služeb třetích stran. Posílit by bylo vhodné zejména ekonomickou diplomacií prostřednictvím MZV.

Za největší problém exportu jsou považovány kurzy a kurzové riziko, ale také ceny a cena dopravy či regulace a byrokracie.



Největší problémy v exportu v %

Kurzy, kurzové riziko	21
Ceny, cena dopravy	17
Regulace, byrokracie	16
Celní bariéry	15
Legislativa	15
Konkurence	13
Rostoucí náklady	12
Doprava	12
Platební morálka	12
Nalezení vhodného partnera, zákazníka	11
Nedostatek kvalifikovaných lidí	10
Omezení (embarga do určitých zemí, mezinárodní sankce)	8
Malá podpora ze strany státu	7
Jazyková bariéra	6
Podcenění přípravy vstupu na zahraniční trh	4

Další odpovědi pod 3 %

Stejně tak jako loni jsou za největší problémy v exportu považovány kurzy a kurzové riziko. Nicméně oproti předchozímu roku firmy za problém výrazně považují i ceny a ceny dopravy (nárůst o 10 %).

Za další problém v exportu je například považována nutnost souladu s místními předpisy, ale také nedostatečné výrobní kapacity.

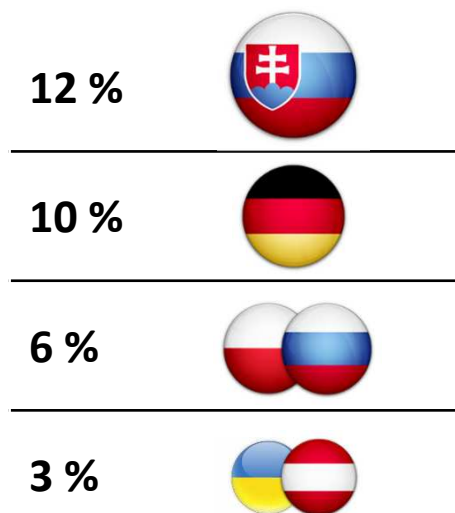
Komentář AMSP ČR:
Je patrné výrazné navýšení vnímané celkové rizikovosti exportu ze strany firem. Kurzové riziko se firmy již částečně naučily řídit, ale stále zůstává kritickým bodem exportu. Obecně je u poloviny rizik meziročně vnímáno téměř dvojnásobné navýšení. Svědčí to o větších obavách z vývoje ekonomiky a vnímání rizika ze strany firem.

Q9. Jaké jsou podle Vás největší problémy v exportu?
 N=400



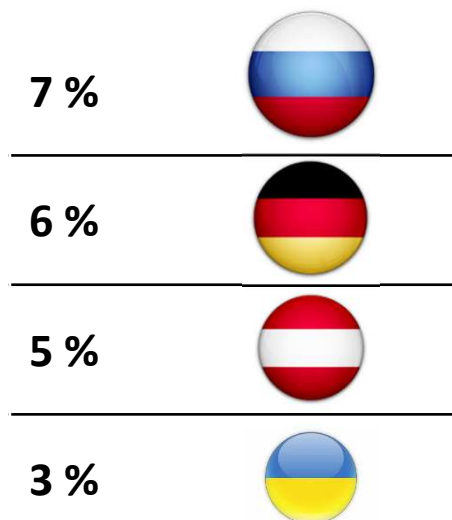
Nejvíce exportérů má zastoupení na Slovensku a v Německu, zároveň by jich nejvíce z nich ocenilo státní pomoc v Rusku a Německu.

V jakých zemích mají firmy své zastoupení
v %



Ostatní země 2 % a méně

Kde by exportéři ocenili státní pomoc?
v %



Ostatní země 2 % a méně

Rovněž jako v loňském roce by nejvíce exportérů ocenilo pomoc v Rusku a Německu.

Komentář AMSP ČR:
Je vidět, že malé a střední firmy primárně soustředí svoje exportní aktivity na naše nejbližší sousedy. Projevuje se silná ekonomická závislost na Německu. Zároveň by však uvítaly pomoc zejména na Ruském trhu, což svědčí o jeho zajímavosti pro naše firmy.

Q29. Uveďte prosím země, kde má vaše firma své zastoupení. N=400

Q7. Ve kterých zemích byste uvítali pomoc státu? Uveďte prosím, jakou konkrétně. N=400

Konkrétní pomoc, kterou by exportéři v jednotlivých zemích uvítali:



„Pomoc s certifikací výrobků a sjednocení a ujasnění v oblasti exportu.“



„Pomoc při zavedení výrobků na trh a marketingová pomoc.“



„Průzkum trhu, pomoc při sjednávání kontaktů a dotace na výstavy na veletrzích.“



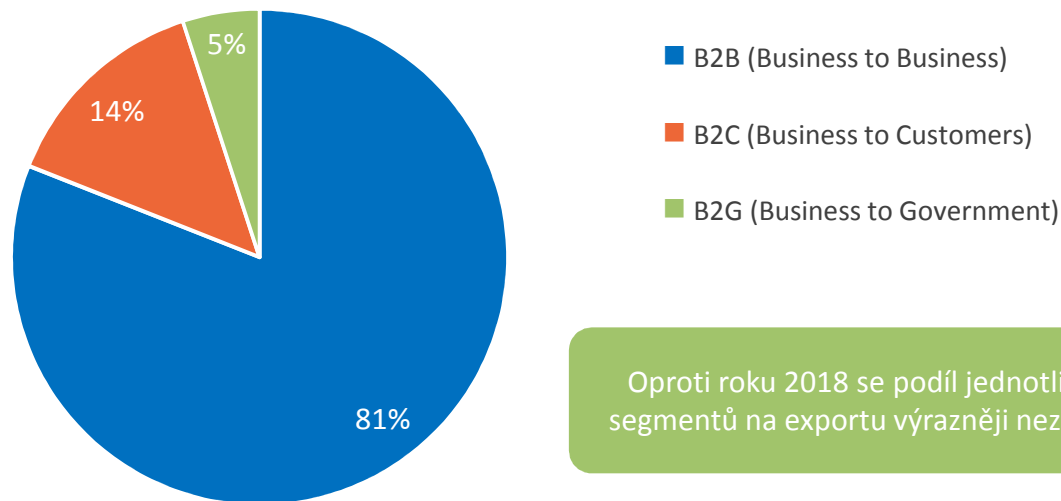
„Participace na výstavách a snadnější expedice výrobků.“

Komentář AMSP ČR:
Zde se ukazuje, že firmy
zajímá především
výpomoc v rámci výstav,
marketingu a certifikací.
Obecně není snadné se
pro firmy zorientovat
v regulacích na
jednotlivých trzích,
které jsou i v rámci EU
značně roztržštěné.
Zároveň by firmy
ocenily právní pomoc
v zemích mimo EU,
v oblasti certifikace
výrobků a ujasnění
pravidel na těchto
trzích.

81 % exportu tvoří B2B segment, naopak B2G segment tvoří pouze 5 %.



Podíl segmentu na exportu v %



Oproti roku 2018 se podíl jednotlivých segmentů na exportu výrazněji nezměnil.

Komentář AMSP ČR:
Typicky dominují obchody mezi podniky, což je částečně zapříčiněno zejména orientací naší ekonomiky, přičemž velká část firem nedisponuje finálním výrobkem. Pro MSP je ale v každém případě vstup na spotřebitelský trh cizí země velkou výzvou, a to jak kapitálově, tak i ve smyslu distribučních kanálů.

Q8. B2B/B2C/B2G Vyjádřete podíl daného segmentu v procentech.
N=400

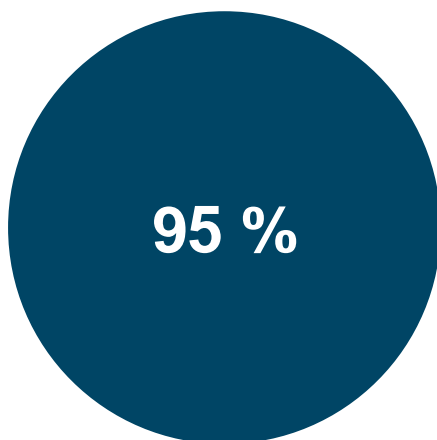
A nighttime photograph of a port. In the foreground, a large cargo ship is docked, its hull reflecting the lights. Above the ship, a large gantry crane structure is visible, illuminated by warm lights. The sky is a deep blue with some clouds. The overall scene is industrial and brightly lit against the dark night.

CzechTrade

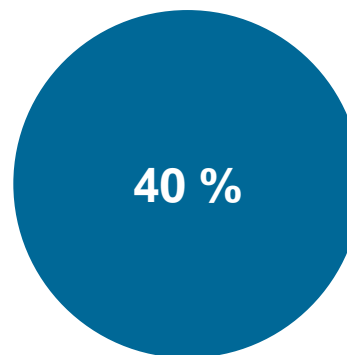
95 % firem zná agenturu CzechTrade a 40 % z nich využívá jejich služeb.



**Znalost agentury CzechTrade
v %**



**Využití služeb agentury CzechTrade
v %, báze firmy, které znají agenturu CT**



Znalost i využití agentury CzechTrade je srovnatelná s výsledky minulého roku.

**Komentář AMSP ČR:
Pozitivní je téměř
stoprocentní znalost
agentury, i přes to
využilo služeb této
agentury méně jak
polovina dotázaných
firem.**

Q10. Znáte agenturu CzechTrade? N=400

Q12. Využili jste už služeb CzechTrade? N=381 (Pouze ti, kteří znají agenturu CzechTrade)

Exportéři nejčastěji nevyužívají služeb CzechTrade z toho důvodu, že si řeší export řeší sami.



Důvody nevyužívání agentury CzechTrade

v %, báze firmy, které nevyužily služeb CT

Export si řešíme si sami a nepotřebujeme tyto služby	55
Nejsme si jisti, že by nám CzechTrade poskytl účinnou pomoc	13
Neznáme nabídku CzechTrade	6
Neřešíme to	6
Máme osobní kontakty v místě	3
Cena, nevýhodnost	3
Nerelevantní nabídka	2
Složité jednání / zdlouhavé / hodně byrokracie	1
Specifický obor / specifické produkty	1
Špatná zkušenost	1
Nevím / neumím posoudit	9

Stejně tak jako loni je nejčastějším důvodem nevyužívání služeb CzechTrade skutečnost, že si firmy řeší export samy.

Komentář AMSP ČR:
Firmy uvádí, že si export řeší samy a nemají potřebu využít služeb CzechTrade. Je otázka, zda mají kompletní informace o tom, s čím vším je agentura schopna firmám pomoci.

Q14. Z jakého důvodu vaše firma nevyužila služeb CzechTrade?
N=214 (Pouze ti, kteří nevyužívají služeb CzechTrade)

Za nejpřínosnější služby agentury CzechTrade exportéři považují zajištění účasti na výstavách a veletrzích v zahraničí pod hlavičkou této agentury, ale také za finanční podpory fondů EU.



Nejpřínosnější služby CzechTrade

v %, báze firmy, které využily služeb CT

Zajištění účasti na výstavách a veletrzích v zahraničí pod hlavičkou CzechTrade	62
Zajištění účasti na výstavách a veletrzích v zahraničí za finanční podpory z fondů EU (projekty NOVUMM a NOVUM KET)	56
Individuální pomoc firmám s exportem prostřednictvím zahraničních kanceláří (vyhledávání obchodních partnerů, ověření zájmu o výrobek, průzkum trhu, organizace jednání atd.)	55
Bezplatné exportní konzultace v Praze nebo regionech ČR	55
Zprostředkování informací o zahraničních poptávkách a tendrech	50
Zpracování analýz jednotlivých zahraničních trhů	43
Zpracování novinek a aktuálních informací ze zahraničních trhů (Newsletter CzechTrade denně, web CzechTrade)	42
Pořádání školení a seminářů pro exportéry	41
Možnost získání zakázek v rámci tzv. Sourcing Days (=setkání se zahraničními nákupčími v ČR)	34
Možnost účastnit se zahraničních oborových misí pořádaných agenturou	27
Podpora zkvalitnění průmyslového designu	11
Jiné	7
Nevím, neumím posoudit	6

**Komentář AMSP ČR:
Firmy, které využívají služeb agentury, kvitují zejména možnost účasti na veletrzích i možnou finanční podporu, je však vidět, že téměř polovina firem využívá širšího spektra nabízených služeb.**

Q18. Jaké z následujících služeb CzechTrade jsou pro vaše podnikání nejpřínosnější?
N=154 (Pouze ti, kteří využívají služeb CzechTrade)



Státní podpora

Exportéři od státu očekávají zejména daňovou a administrativní podporu exportu, podporu formou obchodní politiky a prezentaci v zahraničí.



Jaké nepřímé formy podpory exportu firmy očekávají? v %

	v %	Počet zaměstnanců		
		5 - 24	25 - 99	100 - 250
Daňovou a administrativní (ve smyslu snížení zátěže)	72	63	75	80
Obchodní politika (např. odstraňování překážek při vstupu na nové trhy, ...)	62	55	65	69
Prezentace v zahraničí (veletrhy, výstavy, mise, ...)	57	52	61	57
Exportní informace, konzultace a asistence v zahraničí	49	45	54	47
Inovace a výzkum (propojení vědy a byznysu, prosazení českého know-how, ...)	48	41	52	53
Investice (podpora technologických center, inovativních start-upů, ...)	39	36	42	38
Legislativa	1	2	1	0
Pomoc se zaměstnanci	1	1	1	1
Žádnou	13	22	8	5

Komentář AMSP ČR:
Je evidentní, že firmy zajímá především celkové podnikatelské prostředí a zátěž, která je na ně státem uvalována. Uvědomují si ale již poměrně silně i význam inovací a technologické podpory k tomu, aby mohly na zahraničním trhu konkurovat – a to je oblast, kde stát zatím sehrával jen relativně slabou a necílenou roli.

Q21. Jakou nepřímou pomoc s exportem očekáváte od státu?
N= 400/157/157/86

75 % firem zná podporu exportu ve formě oficiální účasti ČR na výstavách a veletrzích v zahraničí. Pouze pětina firem nezná žádnou z uvedených.



Nejvíce oproti předchozímu roku stoupla znalost antidumpingového šetření (o 9 %) a jednotných kontaktních míst (o 7 %).

Znalost nástrojů podpory exportu v %

	v %	Počet zaměstnanců		
		5 - 24	25 - 99	100 - 250
Oficiální účasti ČR na výstavách a veletrzích v zahraničí	75	66	80	84
Jednání mezivládních komisí a smíšených orgánů	28	24	29	33
Jednotná kontaktní místa	27	24	29	29
Antidumpingové šetření	22	18	29	14
Celní suspenze (pozastavení cel)	11	8	13	13
Projekty migrace za účelem ekonomických aktivit českých firem	11	11	10	9
Market Access Database	7	5	8	8
Solvit	4	4	4	5
ProCoP	2	1	3	2
Ani jedno z uvedeného	20	27	15	14

Komentář AMSP ČR:
 Zde vidíme, že firmy nejvíce znají ty služby, které i nejvíce využívají. Zajímavé je navýšení znalosti jednotných kontaktních míst.

Q20. Jaké z následujících nástrojů podpory exportu (obchodu), které poskytuje, spoluposkytuje či zprostředkovává Ministerstvo průmyslu a obchodu, znáte? N=400/157/157/86



Více než polovina exportérů zná alespoň jeden informační nástroj týkající se exportu, nejčastěji portál Businessinfo.cz



Znalost informačních nástrojů týkajících se exportu v %

	Počet zaměstnanců	Počet zaměstnanců		
		5 - 24	25 - 99	100 - 250
Portál Businessinfo.cz	46	36	50	58
Klientské centrum pro export	18	13	18	27
Zelená linka pro export	14	9	14	22
Ani jeden nástroj neznám	47	59	42	36

Komentář AMSP ČR:
 Zejména menší firmy evidentně nepovažují – vyjma portálu Businessinfo.cz – uvedené kanály o exportu za příliš viditelné. To může následně přinášet i menší využívání potencionálních služeb nabízených státem agenturami k podpoře exportu. Na druhé straně se tím potvrzuje dlouhodobý fakt, že firmy stojí o jedno konsolidované informační místo, neboť nemají kapacitu surfovat po různých webech.

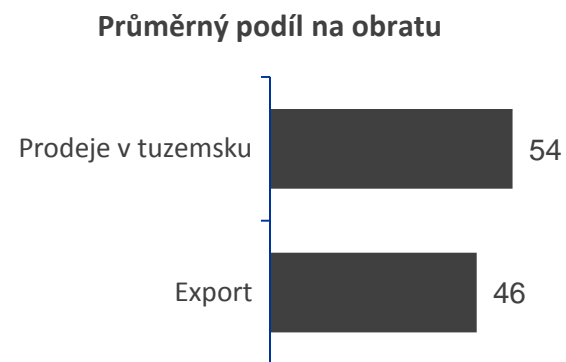
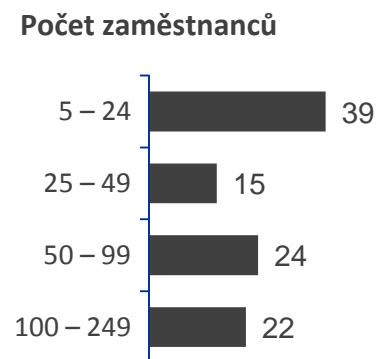
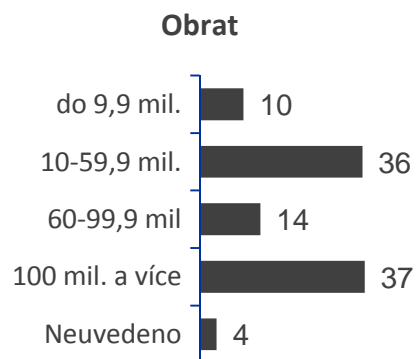
Q26. Které z následujících informačních nástrojů týkajících se exportu znáte?
 N=400/157/157/86





Struktura vzorku

Struktura vzorku



N=400

